

Раздел III

Поведение хозяйствующих субъектов экономических отношений или микроэкономика

10. Современная теория конкуренции.

Конкуренция — глобальная основа поведения в условиях ограниченных возможностей достижения цели. В рыночной экономике она выполняет важные функции, и особую роль в этом играет конкуренция производителей. Поэтому рыночную конкуренцию часто отождествляют с конкуренцией производителей.

Генезис теории конкуренции совпадает со становлением и развитием рыночной экономики. Первые теоретические осмысления конкуренции появились в XVIII — XIX вв. Далее получила развитие неоклассическая концепция, которая и определяет сегодня устоявшиеся взгляды на конкуренцию у современного образованного человека. Между тем сама теория конкуренции сформировалась только в XX в., причем ряд наиболее заметных исследований был осуществлен во второй его половине. Однако в учебниках по теории экономики она отражена явно недостаточно и мало популяризирована.

В литературе известны несколько современных направлений исследования теории конкуренции: во-первых, она рассматривается как динамический, а не статический феномен; во-вторых, в рамках теории создана новая концепция конкурентоспособности страны; в-третьих, особое место в современной теории конкуренции отводится обоснованию эффективности конкурентного механизма в XX в., анализу соотношения конкуренции и регулирования, сравнительной характеристике конкурентного механизма и централизованного планирования.

10.1. Конкуренция как динамический процесс

Исследование проблем конкуренции в экономической теории имеет довольно странный характер: при сохранении к ним полного внешнего пиетета из основных разделов современного западного теоретического канона суть конкурентных отношений загадочным образом улетучилась.

А. Ю. Юданов

Неоспоримым является вклад, внесенный в теорию конкуренции А. Смитом, К. Марксом, А. Маршаллом, Дж. Робинсон, Э. Чемберлином и другими экономистами. В работах А. Смита конкуренция рассматривалась как способ регулирования экономической жизни, координации действий хозяйствующих субъектов. "Невидимая рука" рынка проявляет свое действие через конкуренцию, которая согласует интересы отдельных производителей и потребителей, но не "раздавая всем сестрам по серьгам", а действуя на рыночные субъекты через цены, прибыли и убытки, доходы и банкротства, определяя выигравших и проигравших. В результате этого потребности общества и производственные возможности согласуются, что обеспечивает выпуск необходимых товаров. Наличие свободного индивидуума, руководствующегося своими эгоистическими побуждениями, мотивами экономической выгоды, является важным условием рыночной конкуренции, которая направляет его действия на достижение общественно полезного результата. Причем конкурентный механизм обеспечивает общественные потребности гораздо в большей степени, чем если бы хозяйствующие субъекты сознательно к этому стремились. Эти функции конкуренции создают способности рынка к саморегулированию. Вмешательство государства нарушает это регулирование, поэтому оно должно быть ограничено теми сферами, где конкурентный механизм не срабатывает. Пусть идет как идет (Laissez-faire) — это принцип не только классиков, но и многих современных их последователей.

В работах К. Маркса, как и у Смита, конкуренция рассматривалась как макроэкономический процесс, но в рамках преобразованной трудовой теории стоимости. Заслугой К. Маркса является исследование механизмов внутри – и межотраслевой конкуренции и определение их результатов. Установление отраслевой цены обеспечивает прибыль тем, у кого издержки ниже среднеотраслевых, приносит убытки тем, кто работает с наибольшими издержками. Тем самым стимулируется расширение производства той группой производителей, которые работают в наиболее благоприятных условиях. При этом среднеотраслевые издержки вместе с ценой обнаруживают тенденцию к уменьшению. Внутриотраслевая конкуренция стимулирует технический прогресс как основное средство снижения издержек. Межотраслевая конкуренция по Марксу представляется как борьба за сферу приложения капитала, обеспечивающую наибольшую прибыль. Если движение капиталов между отраслями происходит беспрепятственно, то различия в прибыльности отдельных отраслей неизбежно исчезают. Межотраслевая конкуренция в итоге выполняет общественно полезную функцию распределения общественного капитала в соответствии со структурой потребностей данного общества.

В работах А. Маршалла и др. ранних неоклассиков основное внимание уделяется конкуренции покупателей, конкуренции продавцов и конкуренции между продавцами и покупателями. Рассматриваются проблемы ценообразования и равновесия, но способы завоевания конкурентных позиций, факторы и динамика конкурентоспособности не исследуются.

Начало XX в. внесло коррективы в исследование конкуренции. До сих пор она характеризовалась как свободная. Но на смену атомистической структуре производства и рынка пришла концентрация производства, сосредоточение его в руках ограниченного числа производителей. Возникли многочисленные барьеры входа в отрасль и выхода из нее. Крупное производство породило тенденцию к монополизации экономики. Выполнение конкуренцией своих основных функций стало затруднено. По меткому выражению Ф. Энгельса, уже в конце XIX в. свободная конкуренция находилась на последнем своем издыхании. Появились новые теории — теории несовершенной конкуренции, сами названия которых показывают, что монополия не уничтожает конкуренцию, а просто меняет ее формы. Даже в условиях чистой монополии сохраняется потенциальная и международная конкуренция сравнимых товаров, межотраслевая конкуренция товаров-субститутов. В условиях монополистической конкуренции, кроме того, существует еще и интенсивная внутриотраслевая конкуренция, отличающаяся использованием неценовых методов.

Понятия конкуренции совершенной и несовершенной, ценовой и неценовой, прочно вошли в современный экономический лексикон. Однако в таких понятиях отражается статика, но не динамика конкуренции. Конкуренция устанавливает, сколько ресурсов должно быть использовано и на какие цели, сколько и каких благ должно быть создано, цены товаров и ресурсов, количество и структуру доходов и др. Но при традиционном подходе к конкуренции количество ресурсов, производителей, способы производства задаются заранее. Возникает вопрос: можно ли вообще заниматься исследованием конкуренции, если начальные данные не известны. Если исследование конкуренции вообще возможно, — отмечает знаменитый философ и экономист Ф. Хайек, — то как раз и нужно исходить из допущения, что мы не знаем заранее всех фактов, которые определяют действия конкурентов. Ф. Хайек считает, что конкуренция подобна науке и рассматривает ее как «процедуру для открытия таких фактов, которые без обращения к ней оставались бы никому не известными» (Хайек, 1989, 6). Допущения модели совершенной конкуренции, по мнению Ф. Хайека, могут создать впечатление, что конкуренции вообще не существует. Это касается прежде всего тезиса о полной информированности хозяйствующих субъектов о ситуации на рынке. Так как в реальной экономике полной информированности нет, результаты конкуренции являются непредсказуемыми, но именно это и определяет ее

ценность. Если бы стартовые условия действительно были известны заранее, то в конкуренции не было бы необходимости, регулирование успешно бы осуществлялось с помощью планирования. Но ресурсы, потребности и возможные способы их удовлетворения неизвестны заранее. Знания, навыки и опыт, имеющие экономическую значимость, разработаны среди множества субъектов, которые об их существовании могут и не подозревать, но до тех пор, пока ценовые сигналы не стимулируют проявление этих навыков, знаний и т. п. Функцией конкуренции является не только выявление этих фрагментарных знаний, но и обращение их на пользу общественному производству и удовлетворению общественных потребностей. Конкуренция определяет степень ценности определенных знаний в конкретных экономических условиях (Хайек, 1989). Автор не отрицает необходимость государственного регулирования экономики. Но, по его мнению, высказанному в работах «Дорога к рабству», «Пагубная самонадеянность» и др., такое регулирование должно поддерживать условия конкуренции, а не наоборот. Необходимо поддерживать свободу хозяйственной деятельности: свободу производить, продавать и покупать без ограничений. А всякая попытка контроля над ценами или количеством товаров только отнимает у конкуренции право успешно координировать индивидуальную экономическую деятельность, так как колебания цен в этом случае перестают отражать соответствующие изменения конъюнктуры и уже не могут служить надежным ориентиром для индивидуального производителя (там же).

Необходимость анализа конкуренции как динамического процесса подчеркивает и признанный авторитет в области исследования конкуренции американский экономист Майкл Портер, основные работы которого вышли в последние десятилетия. В отличие от философско-экономического осмысления конкуренции Ф. Хайеком, идеи М. Портера приближены к практике, основаны на обобщении огромной массы фактического материала, могут быть применены на практике, хотя и не носят чисто прикладного характера. М. Портер считает, что основной единицей в понимании природы конкуренции является отрасль, но традиционное их деление здесь не пригодно. Критерием выделения отрасли должны быть специфические источники конкурентных преимуществ. Особенности отрасли являются одним из двух основных условий, которые определяют тип конкурентной стратегии фирмы и зависят от того, как именно действуют и сочетаются основные силы конкуренции. По М. Портеру (1993) их в отрасли всего пять:

1. Возможность проникновения новых конкурентов (сила потенциальной конкуренции).
2. Интенсивность конкуренции внутри отрасли (сила внутриотраслевой конкуренции).
3. Угроза появления на рынке товаров-субститутов (сила межотраслевой конкуренции).
4. Конкурентные возможности покупателей (сила конкуренции покупателей).
5. Возможности поставщиков (сила конкуренции поставщиков).

Соотношение этих сил влияет на капиталовложения и цены, а следовательно, определяет прибыльность. Каждая отрасль имеет свою специфическую структуру: количество производителей, поставщиков, потребителей, степень концентрации производства и потребления, структуру издержек и др. Это накладывает отпечаток на силы конкуренции. В одной отрасли особенности будут определяться олигополией, в другой — монополией, в третьей — интенсивностью межотраслевой конкуренции, в четвертой — поведением долгосрочных издержек или сочетанием нескольких факторов и т. п. Но существует и обратная зависимость. Силы конкуренции могут меняться, что изменяет структуру отрасли. Так, в частности, происходило в начале века, когда усиление интенсивности внутриотраслевой конкуренции привело к вытеснению значительного количества мелких и средних производителей из ряда основных отраслей промышленности, а интенсивность межотраслевой конкуренции поставщиков и потребителей нефти, железной руды, металла и др. — к

производственному комбинированию. Действие сил конкуренции определяет тенденцию к слияниям и поглощениям, к созданию различного рода объединений, что тоже меняет структуру отрасли.

Вторым условием выбора конкурентной стратегии является позиция фирмы в отрасли. Конкурентные позиции в отрасли определяются наличием у фирмы конкурентных преимуществ. Это может быть владение источником сырья, выпуск нового продукта и усовершенствование традиционного, использование более производительных ресурсов или технологий и многое другое. М. Портер делит их все только на два вида: способность производить сравнимый товар с меньшими затратами и способность обеспечить потребителя большей полезностью.

Такое деление обусловлено тем, что, как показывает практика, фирмам не удастся достичь обоих видов преимуществ одновременно. Подходы к их достижению противоречат друг другу. Поэтому, укрепляя свою позицию в отрасли, фирма должна выбрать, какой из двух видов преимуществ для нее более приемлем. При этом нельзя ограничиваться только сосредоточением на затратах или на полезности. Увлекаясь снижением затрат, нельзя приносить в ущерб полезность и наоборот. Но позиция фирмы зависит еще и от того, какую цель она выбирает: узкую или широкую. Большинство современных отраслей поделено на сегменты в связи с индивидуализацией потребностей. Поэтому можно сфокусировать действия только на одном сегменте и получить преимущество именно за счет такой специализации. Но можно выбрать и широкий спектр интересов, выигрывая за счет такой внутриотраслевой диверсификации, как, например, фирма “Дюпон”.

Такой подход к выбору конкурентной стратегии привел М. Портера к выделению четырех типовых стратегий: лидерство в издержках, фокусирование на издержках, дифференциация, сфокусированная дифференциация.

Типовые стратегии по М. Портеру (цит. по Маккей, Карлофф, 1993, 346).

Таблица 101.

Сфера конкуренции	Конкурентное преимущество	
	по издержкам	по предучету
широкая цель	лидерство в издержках	Дифференциация
узкая цель	фокусирование на издержках	сфокусированная дифференциация

Особенности отрасли накладывают отпечаток на применение той или иной стратегии. Поэтому перед определением стратегии необходимо провести анализ, в котором оцениваются не только особенности отрасли и позиция данной фирмы, но и поведение основных конкурентов. Анализ проводится в условиях ограниченной информации. Он призван ответить на следующие вопросы:

1. С кем в отрасли и какими средствами хотела бы соперничать данная фирма?
2. Каковы шансы конкурентов на успех?
3. Как отреагируют конкуренты на возможные действия других конкурентов и др.?

Учитывая, что конкурентоспособность определяется оценкой возможностей данной фирмы удовлетворять потребности, М. Портер ввел очень важное понятие цепочки ценностей. Полезность или ценность создаваемого фирмой товара является результатом соединения деятельности отдельных служб и подразделений фирмы. Автор делит эту деятельность на две части. К первичным видам деятельности он относит производство, сбыт, транспортировку, обслуживание товара. К вспомогательным видам — управление трудовыми ресурсами, развитие технологии, снабжение, финансовую деятельность, планирование. В разных производствах значение отдельных видов деятельности различно. Для конкурентного преимущества в одной отрасли наиболее значительную роль играет реклама, в другой — послепродажное обслуживание, в третьей — обновление технологии и т. п. Поэтому фирмы отличаются координацией и субординацией видов деятель-

ности. Систему взаимосвязанных видов деятельности фирмы М. Портер и называет цепочкой ценности. Фирмы могут изменять цепочку ценности по сравнению с конкурентами или в соответствии с новыми условиями, они могут перегруппировать или исключить отдельные звенья из этой цепочки и обеспечить тем самым конкурентное преимущество, улучшить конкурентную позицию. Такое массовое явление наблюдалось, в частности, в период реорганизации многих известных фирм в 70 — 80-е годы.

Изменение условий хозяйствования в 70 — 80-е годы наложило отпечаток на конкурентные позиции, преимущества и стратегии. Важную роль стала играть инновационная стратегия. Это придавало актуальность созданной еще в начале века теории эффективной конкуренции австрийского экономиста Й. Шумпетера. Эффективной он называл конкуренцию, которая ведется на основе инноваций. Такая конкуренция неизбежно приводит к образованию монополии, но подобная монополия не угрожает эффективности, монопольное положение временно преходящее. В данном вопросе М. Портер придерживается взглядов Шумпетера (Портер, 1993, 23). По его наблюдениям накопление небольших изменений дает даже больше, чем крупный технологический прорыв. В современных условиях появилось гораздо больше предпосылок нововведений. Это и изменения запросов покупателей, а также в ресурсной базе, и разработка новых технологий, появление нового сегмента в отрасли и др. Инновации усиливают конкурентные позиции и ведут к смене лидеров в отрасли. Но при этом возникает сложность удержания достигнутых конкурентных позиций. Инновации как раз позволяют создавать конкурентные преимущества высшего порядка, которые труднее преодолеваются конкурентами и позволяют обрести относительную устойчивость. Дешевая рабочая сила и владение источниками сырья создают преимущества низшего ранга, которые относительно легко преодолеваются конкурентами в эпоху НТР с помощью нововведений. А квалифицированный персонал, запатентованная технология и др. — преимущества высшего порядка. Для того, чтобы сохранить высокую конкурентоспособность, подчеркивает М. Портер, необходимо иметь не одно, а совокупность преимуществ, причем высшего порядка и таких, чтобы они существовали во всех звеньях цепочки ценности. При этом фирма должна находиться в постоянном поиске новых преимуществ, переходя от низших к преимуществам высшего порядка. Необходимо также умение приспосабливаться к меняющимся условиям, что часто оказывается не по силам из-за присущего крупным фирмам консерватизма. Именно консерватизм стал причиной утраты конкурентоспособности многих известных фирм, в том числе американских гигантов автомобилестроения в конце 70-х годов.

10.2. Конкурентные преимущества страны

Глобализация отраслей и интернационализация фирм создает впечатление, что страна уже не играет существенной роли в обеспечении конкурентного преимущества для ее фирм.

М. Портер

В 1990 г. в Нью-Йорке вышла книга М. Портера «Конкурентные преимущества страны», которая через несколько лет была издана и на русском языке под названием «Международная конкуренция». В этой книге были подвергнуты критике традиционные взгляды на конкурентоспособность страны, порождающие неоднозначность и необоснованность понимания современной международной конкуренции. Автор проанализировал конкурентоспособность таких стран, как Германия, Великобритания, США, Япония, Корея, Дания, Швеция, Швейцария и Италия, за длительный промежуток времени и пришел к выводу, что национальная конкурентоспособность формируется под влиянием местных условий в определенных отраслях

и группах отраслей. Он отметил, что на мировом рынке с удивительной регулярностью фирмы нескольких стран добиваются непропорционально большого успеха в определенных отраслях. Традиционно конкурентоспособность страны было принято связывать с ее успехами в мировой торговле. Конкурентными преимуществами соответственно считали абсолютные и относительные преимущества, факторные условия страны. Однако в современных условиях недостаток отдельных факторов оказывается довольно легко устранимым с помощью мировой торговли и интернационализации производства. Наряду с этим часто оказывается, что страны, имеющие богатую ресурсную базу, менее конкурентоспособны на мировом рынке, чем страны с высокой зависимостью от иностранных ресурсов. В концепциях конкурентоспособности стран, разработанных А. Смитом и Д. Рикардо, Э. Хекшером и В. Олином, предполагались неизменными ресурсы, технологии и потребности. Но конкуренция — динамический процесс, поэтому факторные условия могут изменяться. Изменения в технологиях, характерные для современного этапа НТР, уменьшают зависимость от природных ресурсов, позволяют снижать материалоемкость, энергоемкость, трудоемкость продукции. Изменения в ресурсной базе происходят под влиянием международной миграции ресурсов. Интернационализация производства позволяет стране распоряжаться ресурсами в других странах. Однако основными мотивами интернационализации являются не столько факторные условия, сколько рынки сбыта, получение доступа к научно-технической инфраструктуре, управленческому опыту, нововведениям и т. п. Все это предопределило спрос по поводу важности факторных условий для конкурентоспособности, привело к появлению ряда новых концепций. Конкурентные преимущества стали объяснять:

- масштабами производства в стране, позволяющими снизить долгосрочные издержки и производить сравнимый продукт более продуктивно;
- отрывом в технологиях;
- разными условиями спроса;
- деятельностью транснациональных корпораций (ТНК) и др.

Однако, несмотря на то, что каждая из концепций действительно объясняла успехи отдельных стран в международной конкуренции на отдельных рынках, ни одна из них не являлась достаточно разработанной, соединяющей в себе все основные современные факторы конкурентоспособности. Не ясными оказываются причины отрыва в технологиях, причины неодинакового развития спроса и появления производства новых товаров в конкретных странах. Не объяснимыми становятся формирование и рост ТНК, принадлежащий небольшой группе стран.

Исследование, проведенное М. Портером, привело его к убеждению в том, что:

- понятие «конкурентоспособность страны» по-разному трактуется бизнесменами, политиками и учеными;
- появление многонациональных компаний и глобализация их стратегии меняют условия международной конкуренции и требуют создания новой концепции конкурентоспособности стран;
- требует объяснения роль, которую играет экономическая среда, учреждения и политика страны в обеспечении успеха фирм этой страны, следует объяснить, что определенные свойства нации являются причиной успеха в международной конкуренции.

М. Портер подчеркивает, что национальная конкурентоспособность неразрывно связана с общим экономическим процветанием в стране, с повышением уровня жизни в ней, ростом доходов. Поэтому она зависит в первую очередь не от наличия определенных ресурсов, а от того, как они используются в отдельных отраслях, от их производительности или продуктивности. Именно продуктивность ресурсов определяет

национальный уровень заработной платы, процента, ренты и др., формирует доходы на душу населения. Кроме прочих факторов на национальную продуктивность влияет мировой рынок. С одной стороны, он способствует повышению продуктивности, так как с учетом преимуществ страны позволяет ей специализироваться на выпуске отдельных товаров. С другой стороны, он вынуждает ориентироваться на международные стандарты продуктивности, если фирмы страны хотят конкурировать на мировом рынке. Международная конкуренция может развиваться в двух формах. Первая присуща таким отраслям, где конкуренция осуществляется в специфических условиях отдельной страны. Преимущество, полученное в одной стране, не может быть использовано в другой. Поэтому мировая торговля здесь не имеет значительных масштабов, а транснационализация обычно отсутствует. Такая конкуренция не оказывает существенного влияния на конкурентные преимущества страны. Но есть и другая форма международной конкуренции. Она существует в таких отраслях, которые в разных странах имеют приблизительно одинаковые стандарты развития. Конкурентные преимущества, которые имеет фирма, могут быть закреплены и в других странах. Масштабы транснационализации здесь значительны. Фирма усиливает свою конкурентоспособность путем наиболее оптимального размещения цепочки ценностей по всему миру, а также путем успешной координации деятельности этой цепочки. Глобальная стратегия проявляется только тогда, когда весь международный производственный комплекс выполняет общие стратегические задачи, подчинен единому управлению. Глобальная стратегия делится на те же виды, что и национальная. Начинать международную деятельность фирма может с фокусирования, а затем перейти к масштабным стратегиям лидерства в издержках или дифференциации. Глобальная стратегия определяет не только успех отдельных транснациональных корпораций, но и конкурентоспособность национальной экономики в целом.

Успех отдельных отраслей на мировом рынке определяется системой факторов, формирующихся под влиянием национальных условий. Основными детерминантами национальной конкурентоспособности являются:

- Факторные условия.
- Условия спроса.
- Наличие родственных отраслей.
- Стратегия фирм и конкуренция в отрасли.

Преимущества могут быть получены за счет одного фактора, но более устойчивыми они являются, если обеспечиваются несколькими или сразу четырьмя факторами.

Факторные условия обеспечивают преимущества для отрасли в тех случаях, когда типичными для отрасли являются не основные, а развитые факторы, не общие, а специализированные факторы производства. К основным относят неквалифицированный труд и природные ресурсы, к развитым — квалифицированный труд и современную инфраструктуру. В отличие от основных факторов развитые довольно сложно приобрести на мировом рынке, для их создания требуются капиталовложения и творческие усилия. К общим факторам относят стандартные ресурсы, используемые в разных отраслях и разных странах, к специализированным — работников узкой специализации, базы данных и др.

Условия спроса включают количественные характеристики (емкость внутреннего рынка, количество покупателей в отдельных отраслях) и качественные (появление нового спроса, стадии насыщения спроса, интенсивность конкуренции покупателей в отдельных отраслях и др.). Интенсивная конкуренция, требовательные покупатели, появление новых потребностей, насыщение спроса стимулируют нововведения и

динамичное развитие отрасли, способствуют повышению конкурентоспособности на мировом рынке и следовательно, конкурентоспособности страны в целом.

Наличие родственных отраслей означает существование поставщиков и посредников, смежников, выпускающих товары-комплементы и др. Наличие родственных отраслей означает возможность координации деятельности в группе производств, называемых М. Портером кластерами. Именно в кластерах он видит основу устойчивой конкурентоспособности страны. Виды деятельности в кластере могут быть объединены в общую цепочку ценностей, что позволяет взаимодействовать в разработке и внедрении инноваций, обмениваться информацией о спросе и его динамике и др. Все это вместе повышает продуктивность использования ресурсов. Изолированные отрасли, не имеющие подобных связей, как правило, демонстрируют не столь высокую эффективность. Получение преимуществ отдельной фирмой связано также с правильно выбранной стратегией и интенсивностью внутриотраслевой конкуренции.

Факторы конкурентоспособности страны взаимосвязаны и влияют друг на друга. Например, активная внутриотраслевая конкуренция может изменить параметры факторов в ряде отраслей и структуру спроса. А изменение спроса может изменить факторные условия, вызвать появление новых родственных отраслей, повлиять на интенсивность внутриотраслевой конкуренции и стратегию фирм отрасли. Поэтому факторы национальной конкурентоспособности представляют собой систему детерминантов.

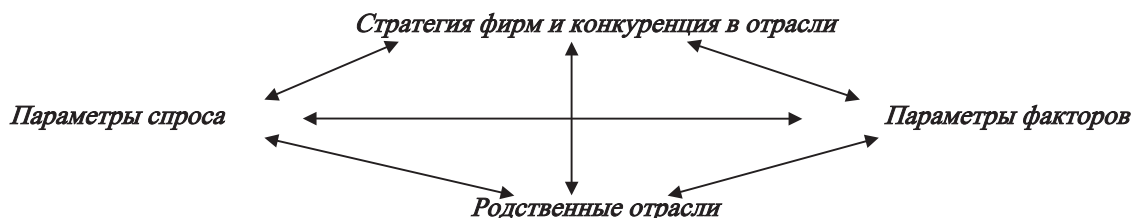


Рис. 10.1. Детерминанты национальной конкурентоспособности по Портеру, 1993

Эту систему М. Портер называет национальным ромбом. Действие национального ромба ведет к тому, что страна выделяет наиболее конкурентоспособные группы отраслей (кластеров), способные конкурировать на мировом рынке. Кластер опирается на общие источники конкурентных преимуществ. Те или иные национальные преимущества проявляются сначала в отдельной отрасли, затем закрепляются в кластерах и постепенно разрастаются по горизонтали или по вертикали, т. е. путем проникновения в родственные отрасли или за счет внутренней диверсификации. При разрастании кластера к нему начинают примыкать ресурсы из изолированных отраслей, в которых они используются менее эффективно. Фирмы, входящие в кластеры, представляют собой отдельные коммерческие единицы с различными экономическими интересами. Поэтому координация деятельности в кластере отлична от планирования, подчиненного единой цели национальной конкурентоспособности. Здесь достигается сочетание коммерческой свободы и координации. Обмену информацией и координации деятельности в кластере способствуют личные взаимоотношения на базе семейных отношений, совместной учебы или службы в армии в прошлом, общего членства в клубах, в научных объединениях и т. п. Для японских кластеров, например, характерны связи, образованные на почве совместной собственности, а также сформированные на основе прошлой совместной учебы в университетах. В Италии связи в кластере поддерживаются на основе семейных отношений и географической близости родственных отраслей. Однако прочность связей в кластере не означает, что внутри него отсутствует конкуренция. Она часто бывает очень интенсивной.

Импульс для развития кластера может быть получен за счет действия отдельного детерминанта национального ромба для конкретной фирмы. В Италии такой импульс обычно задают высокие требования

покупателей, а в Японии — родственные отрасли. Но потом преимущества должны укрепляться путем динамики национального ромба, создающего преимущества только для отдельных групп отраслей. Не существует страны, которая была бы одинаково конкурентоспособна во всех отраслях. Но высокая конкурентоспособность отдельных отраслей характерна для конкурентных стран. «Так, созвездие наиболее конкурентоспособных автомобильных фирм современности («Тойота», «Ниссан» и др.) происходит из Японии. В крохотной Швейцарии расположены сразу три ведущих фармацевтических фирмы (а в очень похожих на Швейцарию малых высокоразвитых странах Западной Европы, за исключением Дании, — почему-то ни одной). Знаменитые компьютерные фирмы преимущественно базируются в США, а гиганты аудио- и видеотехники — в Японии. Швеция породила несколько очень мощных машиностроительных комплексов, но ни одного химического. В Германии расположены сразу три мощнейших химических фирмы и оба крупнейших в мире производителя дорогих автомобилей» (Юданов, 1996, 224).

Однако наличие отдельных преимуществ и взаимосвязь отраслей сами по себе не обеспечивают конкурентоспособность страны. Конкурентные преимущества страны укрепляются и поддерживаются только тогда и до тех пор, пока особенности национального ромба стимулируют инновации. Усиление позиций в разрастающемся кластере способствует инновационной деятельности. Менее эффективные виды деятельности переводятся за границу. Но существует тенденция, согласно которой созревание отрасли и кластера замедляют инновационную деятельность и в этих условиях решающую роль могут снова начать играть факторные издержки. Если особенности национального ромба в этих условиях перестают стимулировать нововведения, то конкурентоспособность страны постепенно утрачивается. Процесс этот обычно длительный, растягивается на десятилетия. Особенно опасным для национальной конкурентоспособности является отставание страны в темпах создания и совершенствования развитых факторов производства. В этом случае возрастающие факторные издержки не компенсируются возрастающей эффективностью. Наряду с этим к снижению конкурентоспособности могут вести и технологические сдвиги в стране, так как они требуют новых факторных условий, создания новых отраслей. Угроза конкурентоспособности возникает и в связи с параметрами национального спроса, когда требования национальных потребителей отстают от зарубежных и тем самым перестают стимулировать нововведения. Национальная конкурентоспособность утрачивается, если консерватизм лидеров национального производства приводит к игнорированию изменившихся условий развития отрасли, спроса и тем самым сдерживается приспособление к этим новым условиям. Но там, где существуют требовательные местные покупатели, интенсивная внутренняя конкуренция, квалифицированные работники и др., накопленные ранее преимущества (репутация торговой марки, развитая глобальная сеть и др.), высокий уровень конкурентоспособности может удерживаться в течение многих десятилетий.

10.3. Конкуренция, централизованное планирование и соревнование

За 70 лет своего существования «реальный социализм» не придумал ничего лучше рыночной конкуренции — ни в стимулировании трудовой активности отдельного работника, ни в стимулировании экономического развития общества в целом".

Ю. Буртин (Ахиллесова пята исторической теории Маркса)

Известно, что на рубеже XIX – XX в. произошло изменение условий конкуренции и в экономике основным хозяйствующим субъектом стали монополии. Иногда по этому поводу высказывается мнение о том, что именно появление монополий разрушило механизм свободной конкуренции. Данный тезис является ошибочным. В нем поменялись местами причина и следствие. Процессы индустриализации, прошедшие на основе технической революции конца XIX в., определили укрупнение производства и повышение конкурентоспособности крупных предприятий. И именно укрупнение производства изменило условия конкуренции, нарушило механизм гибкого рыночного саморегулирования. Одновременно с укрупнением производство повысило стабильность, устойчивость экономических связей, цен, избавилось от многих случайностей стихии свободного рынка. Появление монополий, а также распространение популярности идей обобществления и планирования являются следствием процессов индустриализации и укрупнения производства. Поэтому не «злой умысел» монополистов подорвал основы конкуренции, а технико-экономическая динамика изменила условия конкуренции.

Уже в первых социалистических теориях сформировалась точка зрения о том, что конкуренция приносит настолько значительные издержки обществу, что отказ от нее, замена ее централизованным планированием является благом, а значит характерная для конкуренции стихийность должна быть устранена в обществе социальной справедливости. Монополии, присущие социалистической экономике, рассматривались как обращенные на благо всему народу, а потому не имеющие негативных проявлений капиталистических монополий. При этом важная роль отводилась социалистическому соревнованию. «Уничтожение конкуренции, как борьбы, связанной только с рынком производителей, нисколько не уничтожает значения соревнования, — отмечал В. И. Ленин, — напротив, именно уничтожение товарного производства и капитализма откроет дорогу возможности организовать соревнование в его не зверских, а человеческих формах» (Ленин, т. 36, 151 – 160). Отрицание необходимости конкуренции стало привычным стереотипом мышления с 20-х по 80-е гг. Н. Бухарин отмечал: «Конкуренции у нас нет. Гарантированная прибыль не поступает в распоряжение частных лиц. Хозяйственники подвергнуты человеческим слабостям и могут соскользнуть на положение покоя вместо беспокойства, тревоги и движения к коммунизму. Что же тогда толкает наше производство вперед?.. Мы утверждаем, что гарантия лежит в давлении широких масс, прежде всего рабочих... Мы сами, т. е. руководящие круги в стране ... выражаем и отражаем (регулируя, контролируя, поправляя и т. п.) этот рост потребностей массы (Бухарин, 1988, 106 – 107). В работе Ф. Хайека «Дорога к рабству» отмечается, что в первой половине XX в. либеральные идеи в большинстве развитых стран уступили место идеям о необходимости планирования, о преимуществах его по сравнению с конкуренцией. Сторонники планирования доказывали его неизбежность, порожденную самими экономическими условиями. Между тем, по мнению автора, никаких объективных условий для такого убеждения нет. Наоборот, идеи планирования, так же, как и тенденция к монополизму, являются результатом взглядов, которые долго пропагандировались и стали доминирующими в экономической политике в первой половине XX в. Увеличение власти монополий сужает сферы конкуренции и это рассматривается как необходимость выбора между властью монополий и контролем над производством со стороны правительства. Многих людей в западных странах отпугивала идея централизации власти. Но большинство из них искренне считали, что необходимо выбирать сочетание конкуренции и планирования. Такие попытки предпринимались и предпринимаются во многих странах. Но совместить централизованное планирование и конкуренцию невозможно, т. к. централизованное планирование отрицает конкуренцию. «И конкуренция, и централизованное руководство становятся плохими и неэффективными методами, если применяются не в полную силу; это разные средства решения одной и той же задачи, и смешение их приведет

лишь к тому, что ни одно не окажется успешным и результат будет хуже, чем при последовательном применении чего-то одного» (Хайек, 1991, гл. 3).

Ф. Хайек отмечал, что принято было считать, что технические сдвиги и усложнение производства требует координации действий, с которой может справиться только централизованная система руководства. Но это неверно. Наоборот, эффективность централизованного планирования была бы достаточно высокой в таких простых условиях, когда все экономические процессы поддаются учету и прогнозированию. Но по мере того, как факторы экономического развития становятся все более разнообразными и многочисленными, охват этих факторов планированием становится невозможным, требуется децентрализация. Но одновременно возникает и потребность в координации. «Поскольку необходимость децентрализации вызвана тем, что никто не может обдумать и взвесить все, касающееся решений такого громадного количества людей, то и координацию можно осуществить не путем «сознательного контроля», а лишь путем создания условий, при которых любому хозяйственному деятелю будет доступна информация, необходимая для эффективного согласования его решений с решениями остальных. А так как непрерывные изменения соотношений спроса и предложения на различные товары никакой центр все равно не может ни учесть в деталях, ни достаточно быстро сделать известными рынку, то единственное, что может здесь помочь, — это некий регистрационный прибор, который автоматически отмечает все важнейшие результаты деятельности отдельных людей и указания которого одновременно вытекают из индивидуальных решений и направляют их. Именно таким органом является в условиях конкуренции цензовая система, и никакая другая система не может с ней сравниться» (Хайек, 1991, гл. 4).

Дальнейшее развитие экономики подтвердило взгляды Ф. Хайека. Централизованное управление экономикой в социалистических странах позволило решить ряд важных экономических и социальных проблем. Однако эффективность экономики в большей степени обеспечивалась конкурентной системой. Особенно наглядно это проявилось в период НТР. Оказалось, что социалистический монополизм содержит все негативные следствия монополизма, причем социалистический монополизм стал более консервативным, чем капиталистический, ограниченный антимонопольной деятельностью государства. В конце 80-х гг. в социалистических странах монополизм сохранился в чистом виде. В СССР существовало более 1000 предприятий, являющихся единственными производителями определенных видов продукции. «Если же иметь ввиду, что в то же время в странах Запада именно рыночная экономика — не подрываемая, но, наоборот, усиливаемая государственным воздействием — обеспечила тот впечатляюще быстрый и в целом устойчивый экономический рост, который перевел капиталистический мир в новое качественное состояние ... то можно заключить, что обе хозяйственные системы, каждая своим голосом, но вполне согласным дуэтом спели хвалу Меркурию — ... рыночной конкуренции...» (Буртин, 1989, 21).

Не оправдались надежды и на замену конкуренции более гуманной ее разновидностью — соревнованием. Социалистическим соревнованием были охвачены все предприятия и работники. Накануне праздников и перед окончанием производственного года выдвигались «почины» трудовых коллективов о досрочном выполнении годового или квартального плана, пятилетки. Принимались встречные планы и личные социалистические обязательства. Ежеквартально и ежегодно награждались победители. В то же время соревнование не могло заменить конкуренцию, так как оно является отличным от конкуренции процессом. Соревнование представляет собой особую форму состязательности работников, которые трудятся в одном коллективе. Соревнование является психологическим свойством работника, способствующим его самовыражению, создающим чувство удовлетворенности. Оно выявляет рационализаторские идеи и

способствует передаче производственного опыта и навыков. Изобретательство и рационализаторство повышает производительность труда на отдельных производственных участках, способствует развитию конкурентоспособности фирмы. Об успешном использовании соревнования свидетельствует опыт японских кружков качества, обеспечивающих фирмам в Японии значительные прибыли. В то же время консерватизм монополий и централизованное планирование снижают значимость соревнования в условиях социализма. Рационализаторы и изобретатели часто не могли внедрить свои изобретения, а социалистическое соревнование постепенно превратилось в видимость соревнования, профанацию состязательности. Типичными следствиями такого соревнования стали приписки, искажения отчетности. В конце 80-х гг. проверка предприятий машиностроения показала, что приписки существовали более чем на 90 % предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

- Буртин Ю. Ахиллесова пята исторической теории Маркса // Октябрь. 1989. № 11 – 12.
- Бухарин Н. И. Избранные произведения. М., 1988.
- Ленин В. И. Полное собрание сочинений. Т. 36.
- Маккей Х., Карлофф В. Как уцелеть среди акул: Деловая стратегия. Уфа; М., 1993.
- Портер М. Международная конкуренция. М., 1993.
- Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и междунар. отношения. 1989. № 12.
- Хайек Ф. Дорога к рабству // Новый мир. 1991. № 7 – 8.
- Юданов Ю. Конкуренция: Теория и практика. М., 1996.
- Юданов Ю. Теория конкуренции: Прикладные аспекты // Мировая экономика и междунар. отношения. 1997. № 6.